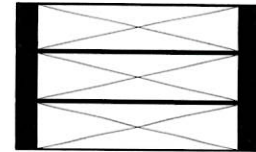


O grande irmão

*Marcelo Pessoa e Carlos Cabral - Respectivamente,
presidente e consultor de marketing da Fundação Vanzolini*



Na Web, nossas informações pessoais são constantemente recolhidas e utilizadas pelos sites com os quais nos conectamos sob os mais diversos pretextos: movimentar contas correntes, concretizar compras online, realizar investimentos, pagar impostos, receber notícias de jornais, pesquisar assuntos do nosso interesse e outros.

Esses sites utilizam as informações pessoais por nós fornecidas para nos proporcionar as maravilhosas facilidades que a Internet trouxe para o cotidiano, como respostas mais rápidas, entretenimento, serviços personalizados e ofertas de produtos adequados aos nossos desejos e perfis de consumo. Isto é ótimo e, em tese, não há porque se preocupar. Afinal, somos apenas mais um dos milhões de usuários que utilizam a rede para satisfazer suas curiosidades ou necessidades. Sentimo-nos livres como visitantes anônimos de uma grande feira mundial.

A realidade, porém, é diferente. Precisamos estar conscientes que essa coleta de dados gera registros detalhados de nossa vida pessoal e estes registros, cada vez que navegamos, são "inteligentemente" colecionados em bancos de dados e constantemente aperfeiçoados, com novos registros.

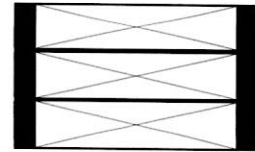
Movimentar contas bancárias revela nossas finanças (renda, investimentos e patrimônio), compras em supermercados online revelam nosso padrão de alimentação (nossa saúde), compras em farmácias online revelam consumo de remédios (nossas doenças), assuntos pesquisados revelam nossas áreas de interesse (entretenimento, profissão, política, religião, sexo etc) e assim por diante.

Esses dossiês, contendo nossos dados pessoais (nome, sexo, data de nascimento, endereços e números de documentos pessoais), quando enriquecidos por meio do "cruzamento" com outras bases de dados obtidas online ou offline, produzem perfis de consumo detalhados e quase exatos sobre nós e, por isso, possuem alto valor mercadológico na Internet – as chamadas PII (Personally Identifiable Information) ou IPI (Informações Pessoais Identificáveis), em português. IPIs completas e atualizadas possuem alto valor de negociação, pois se constituem no mais poderoso instrumento de marketing no mundo da Internet.

Se esses dossiês sobre nossa vida privada e íntima sempre fossem feitos com o nosso conhecimento e autorização, por sites confiáveis e por pessoas competentes e éticas ou fossem usados somente para nos beneficiar, isto também seria ótimo.

Porém, na Internet brasileira, muitos sites, além de utilizar

Se esses dossiês sobre nossa vida privada e íntima sempre fossem feitos com o nosso conhecimento e autorização, por sites confiáveis e por pessoas competentes e éticas ou fossem usados somente para nos beneficiar, isto também seria ótimo.



Porém, na Internet brasileira, muitos sites, além de utilizar nossos dados pessoais para nos enviar e-mails comerciais sem nosso conhecimento ou permissão, podem trocar, ceder ou vender estas informações a terceiros, como parte de sua estratégia empresarial.

É aí que devemos começar a ficar preocupados. Não há garantia alguma de que informações sobre nossos padrões de alimentação, uso de remédios, compras de bebidas alcóolicas ou assuntos de interesse pessoal ou sigiloso sempre serão usadas dentro de determinados limites, com discernimento ético ou por profissionais preparados e bem-intencionados. O risco de falhas é muito alto e as consequências de tais erros podem nos causar perdas irreparáveis ou danos morais graves à nossa vida pessoal.

Afinal, nossas informações pessoais são, metaforicamente falando, "a porta de entrada da nossa casa" – um meio de acesso à nossa privacidade. Manter essa "porta" fechada e abri-la apenas para as pessoas de nossa confiança é a melhor conduta.